

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Teknologi informasi merupakan penyebab perubahan trend yang cepat dan dapat mempengaruhi banyak hal. Internet atau dunia maya merupakan suatu teknologi komputerisasi yang dapat mempertemukan orang secara bersama yang tidak mengenal waktu dan tempat. Pertumbuhan teknologi baru telah mendorong beberapa jalur pemasaran *online* termasuk komunitas *online*, *e-commerce*, sosial media dan lainnya. Sangat penting bagi suatu perusahaan untuk bersaing dengan teknologi baru dan implementasi bentuk-bentuk pemasaran interaktif untuk menemukan target pasar.

Konsep mempertemukan orang secara bersamaan telah ditemukan dan diimplementasikan pada suatu media sosial. Sebuah situs berbasis web memungkinkan seorang pengguna untuk dapat berinteraksi satu dengan yang lainnya. Media sosial merupakan media pada dunia maya dimana para penggunanya dapat mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi atau konten bagi media sosial itu sendiri.

Menurut Mayasari Sasmito [1] Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Dimiliki dan dioperasikan oleh *Facebook, inc.* Facebook didirikan oleh *Mark Zuckerberg* bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa *Universitas Harvard*, *Eduardo Saverin*, *Andrew McCollum*, *Dustin Moskovitz* dan *Chris Hughes*. Facebook didirikan oleh

Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa *Universitas Harvard*, *Eduardo Saverin*, *Andrew McCollum*, *Dustin Moskovitz* dan *Chris Hughes*. Facebook dapat digunakan oleh pengguna setiap saat, pengguna dapat mengaksesnya dengan mudah melalui handphone, komputer dan laptop. Jejaring sosial ini merupakan salah satu jenis sosial media yang diminati oleh berbagai kalangan dan dapat membantu pengguna untuk menjalin pertemanan yang sangat luas baik yang dikenal maupun yang tidak dan mereka juga dapat bertukar informasi melalui *chatting* antara satu sama lain.

Facebook meluncurkan fitur baru bernama marketplace di aplikasi mobilnya. Sesuai dari nama tersebut, ini merupakan sebuah pasar *online* yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli penggunanya. Marketplace dibuat karena banyaknya aktivitas jual beli dalam jejaring sosial tersebut. Facebook marketplace adalah satu contoh baru sosial *E-Commerce*, dimana situs jual beli ini menggunakan database yang sama dengan database yang sudah ada pada profil facebook, dengan demikian penjual maupun pembeli dapat dengan mudah mengetahui identitas satu sama lain. Adapun aturan dan ketentuan yang dilarang untuk diperjualbelikan pada marketplace facebook yaitu obat-obatan terlarang, hewan, layanan atau barang dewasa, alcohol dan senjata.

Meskipun konsep dari marketplace ini terlihat mulus dan mudah untuk digunakan, namun masih ada masalah dan kekurangan yang ada pada produk marketplace tersebut yaitu jika ingin menawarkan produk di marketplace facebook dia hanya akan tampil dari radius tertentu dari lokasi anda tidak bisa menjangkau hingga ke seluruh Indonesia seperti marketplace yang lain, jika

penjual terlalu banyak mengupload produk mereka akan bisa terkena blokir dan dilarang berjualan di marketplace karena dianggap postingan spam oleh pihak facebook, dan juga masih banyak pengguna yang melanggar aturan dan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pihak marketplace facebook, menyebabkan lapak-lapak tersebut tetap muncul dan dapat diakses oleh pengguna yang lain, ada juga yang menggunakan foto yang tidak pantas ditampilkan untuk menarik perhatian pengguna. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui kualitas dari layanan marketplace facebook dan mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang ada pada marketplace facebook. Pada penelitian ini kualitas pelayanan diukur oleh pengguna facebook dengan didasari pengukuran kualitas layanan menggunakan metode servqual.

Dalam hal ini untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan metode *SERVQUAL (Service Quality)*. Kelebihan dari penggunaan metode ini terletak pada kemampuannya untuk menangkap subjektifitas yang terjadi pada pengumpulan data yang diambil melalui kuesioner, dan kemampuannya untuk dapat mengetahui variabel-variabel yang harus diperhatikan untuk selalu ditingkatkan berdasarkan nilai potensial kepuasan pelanggan [2].

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan analisis terhadap kualitas layanan marketplace facebook untuk mengetahui apakah telah memenuhi kepuasan penggunanya dengan judul **“Analisis Kualitas Layanan Marketplace Pada Aplikasi Facebook Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode Servqual”**.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu bagaimana menganalisis kualitas layanan Marketplace pada aplikasi Facebook terhadap kepuasan pengguna berdasarkan metode Servqual?

1.3 BATASAN MASALAH

Untuk menghindari terjadinya pembahasan diluar topik dan judul penelitian maka penulis melakukan pembatasan pada batasan masalah, Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna facebook.
2. Menganalisis tentang kualitas layanan *Marketplace* Facebook terhadap kepuasan pengguna.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Servqual.
4. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy*.
5. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner
6. Jumlah responden minimal 100 orang yang terdiri dari masyarakat umum yang telah mengakses facebook menggunakan metode *non-probability sampling*.
7. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Jambi.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan oleh marketplace Facebook.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis dapat mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan marketplace facebook.
2. Pihak facebook dapat mengetahui seberapa besar tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.

1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN

Untuk memberikan gambaran umum mengenai keseluruhan penulisan ilmiah-ilmiah dapat dilihat melalui sistematika penelitian yang meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijabarkan teori-teori dari beberapa konsep yang berkaitan dengan penelitian serta metode-metode dari permasalahan yang ada sebagai landasan penulisan, pengolahan data, maupun dalam analisis dari pembahasan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi objek penelitian yang dilakukan dan kerangka penelitian yang menggambarkan bentuk penelitian yang dilakukan serta langkah-langkah yang diambil dalam pemecahan permasalahan.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek organisasi penelitian, pengembangan model dan hipotesis penelitian, serta menganalisis dan mengukur kualitas pelayanan menggunakan metode servqual.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai hasil dari analisis berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dan nantinya dapat memberikan gambaran tentang kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan mengenai pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan juga disini penulis mencoba memberikan saran-saran yang kiranya dapat membangun kearah yang lebih baik.